

# VU Research Portal

## Waardevolle Journalistiek: Kwaliteit van leven als normatief ijkpunt voor nieuwsmedia?

Costera Meijer, I.

2009

[Link to publication in VU Research Portal](#)

### ***citation for published version (APA)***

Costera Meijer, I. (2009). *Waardevolle Journalistiek: Kwaliteit van leven als normatief ijkpunt voor nieuwsmedia?* Vrije Universiteit Amsterdam, Faculteit der Letteren, Taal en Communicatie.

### **General rights**

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

### **Take down policy**

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

### **E-mail address:**

[vuresearchportal.ub@vu.nl](mailto:vuresearchportal.ub@vu.nl)

# Waardevolle journalistiek

Kwaliteit van leven  
als normatief ijkpunt  
voor nieuwsmedia?

Irene Costera Meijer



*rede uitgesproken  
bij de aanvaarding van het ambt van  
hoogleraar Journalistiek  
aan de faculteit der Letteren  
van de Vrije Universiteit te Amsterdam  
op 3 september 2009*

# Waardevolle journalistiek

Kwaliteit van leven  
als normatief ijkpunt  
voor nieuwsmedia?

Irene Costera Meijer



Amsterdam 2009

ISBN/EAN: 978-94-90421-01-4

© Irene Costera Meijer, Amsterdam 2009

Leerstoelgroep Journalistiek Vrije Universiteit

afbeelding omslag: colorbar (European Broadcasting Union)

vormgeving: Nicolette Schmidt

druk: drukkerij Mostert, Leiden

Vrije Universiteit Amsterdam

Faculteit der Letteren, Taal en Communicatie

De Boelelaan 1105

1081 HV Amsterdam

[i.costera.meijer@let.vu.nl](mailto:i.costera.meijer@let.vu.nl)

*vrije Universiteit amsterdam*



*Meneer de rector magnificus, dames en heren,*

Vandaag presenteert de leerstoel Journalistiek aan de VU zich naar de buitenwereld. De stichter van de Vrije Universiteit, Abraham Kuiper, zou dat waarschijnlijk zeer hebben verheugd. Kuiper was immers niet alleen de grondlegger van de Vrije Universiteit, maar ook journalist; sterker nog, hij was de oprichter van een dagblad, De Standaard, waarvan hij bijna vijftig jaar hoofdredacteur bleef.

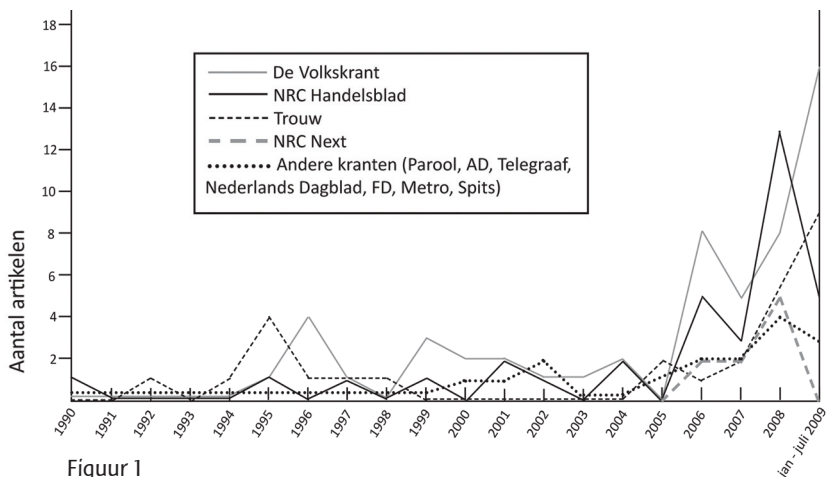
Dat ik hier vandaag sta, zou hij misschien minder hebben gewaardeerd. De vrouw diende zich volgens Kuiper aan de wil en het gezag van de man te onderwerpen. Een vrouwelijke hoogleraar Journalistiek viel buiten zijn voorstellingsvermogen.

Dat ik hier vandaag kan staan, heeft ook met de journalistiek te maken. Het is wellicht overdreven om te beweren dat ik mijn leven te danken heb aan een tijdschrift, maar de invloed ervan was verstrekkend. Mijn tante Trees, naar later bleek de uitvinder van het 'rompertje', las begin jaren vijftig van de vorige eeuw in het damesweekblad Libelle een artikel over het Franse bedrijf Prénatal (Scheffel, 2008). Het bracht haar op het idee om ook in Nederland een winkel te beginnen voor a.s. moeders en hun kinderen. Het waren tenslotte de jaren van de naoorlogse geboortegolf. Tante Trees haalde haar twee broers, waaronder mijn vader, over en zo geschiedde. Bij de eerste Prénatal zaak hoorde een appartement, een unicum in de jaren vijftig. Het zette mijn vader ertoe aan een vrouw te gaan zoeken. Dat werd mijn moeder. Zij was al snel de eerste klant, en ik hun eerste kind.

De journalistiek heeft invloed op het leven van mensen en de keuzes die ze maken. De aard en de mate van de invloed is echter niet

altijd af te lezen aan de status van het medium; maar weinig mensen zullen immers de Libelle rekenen tot de journalistiek, laat staan de kwaliteitsjournalistiek. Dat ik deze oratie begin met de impact ervan op mijn eigen leven illustreert de invalshoek ervan: ik benader de kwaliteiten van journalistiek primair vanuit het perspectief van de gebruiker, dat wil zeggen, de betekenis ervan voor de lezers, luisteraars en kijkers van journalistieke teksten. Dat betekent dat ik de nadruk leg op de mogelijke impact van journalistiek op het leven van mensen en in het verlengde daarvan op de samenleving. Onderzoek naar de effecten van journalistiek op de publieke opinie, reputaties of de politiek laat ik - zeker voor dit moment - over aan mijn collega's (Kleinnijenhuis, et al. 2007; Spooren & Mulder, 2008;).

Ik richt me op het vraagstuk journalistieke 'kwaliteit'. Daarin sta ik als journalistiekwetenschapper niet alleen (Bakker, 2007; Bardoel, 2000; Bardoel & Knulst, 1994; Born, 2004; Born & Prosser, 2001; Brants & De Bens, 2000; Buijs, 2008; Corner, 1999; Drok, 2002; Evers e.a., 1996; Evers, 2007; van Hoof, 2000; Ishikawa, 1996; McQuail, 1994; Vasterman, 2004; Van Vree, 2000; van Vree & Prenger, 2004; Wieten, Murdock & Dahlgren, 2000). Dat is goed verklaarbaar. Kwaliteit is immers hét keurmerk van publieke programma's en van - de naam zegt het al - kwaliteitsjournalistiek. Overigens schrijven journalisten, gelet op de hoeveelheid artikelen die ze produceren, veel minder vaak dan wetenschappers over kwaliteitsjournalistiek.



Figuur 1

Vanaf 1990 verscheen het woord slechts in 144 artikelen (zie figuur 1), waarvan het grootste deel werd gepubliceerd na 2005.

Anders dan het merendeel van mijn collega academici richt ik mijn onderzoek primair op de nieuwsgebruiker. De productie- en inhoudsanalyses die ik daarnaast verricht, hebben de functie een driehoeksmeting mogelijk te maken. Daarmee kan ik de media-ervaring van het publiek beter verhelderen en preciezer verklaren.

Publieksonderzoek ('audience studies') is een ondergeschoven kindje binnen de journalistiekwetenschap. Onderzoek doen naar journalistieke *kwaliteit* vanuit een gebruikersperspectief is zelfs vrijwel non-existent.<sup>1</sup> Een verklaring is wellicht dat de meeste journalisten, maar ook vele wetenschappers, het kwaliteitsperspectief moeizaam verenigbaar achten met het gebruikersperspectief. Menig verslaggever beschouwt de stijgende aandacht voor het publiek zelfs als één van de oorzaken van de teloorgang van journalistieke kwaliteit (Kustow, 2007; Paxman, 2007; Oosterbaan & Wansink, 2008). Rekening houden met je publiek zou automatisch kwaliteitsverlies inhouden.<sup>2</sup>

Televisiemaker: Dan moet ik het allemaal makkelijker maken of anders of snapper of korter...<sup>3</sup>

Televisiemaker: Ik ga niet op m'n knieën. Ik ga me niet dommer voordoen dan ik ben.

Het devies van BBC sterverslaggever en TV presentator Jeremy Paxman (2007) luidt dan ook: 'Let's spend less time measuring audiences and more time enlightening them'.

De komende 40 minuten zal ik u proberen duidelijk te maken waarom het serieus nemen van het gebruikersperspectief, en dan met

---

1 Uitzonderingen zijn: Heider et al (2005); Rosenstiel et al, 2007; Schröder & Philips (2005).

2 Een columnist kon in verband met het voornemen van de publieke omroep om publieksgerichter te gaan werken, zelfs de vergelijking met Joseph Goebbels niet weerstaan (Buitenhof 5 maart 2006).

3 De hier gebezigde citaten ontleen ik aan eigen onderzoek. Als mensen geciteerd worden, gebeurt dit omdat hun citaat het beste verwoordt wat *meerdere* mensen hebben aangegeven. Citaten staan dus nooit op zichzelf en vertegenwoordigen meer dan een uniek standpunt. In de gebruikte citaten zijn de door mensen gebruikte zinswendingen zoveel mogelijk overgenomen, ook als deze grammaticaal of taalkundig gezien niet correct waren.



name de manier waarop U, 'het publiek', omgaat met journalistieke kwaliteit, van fundamentele betekenis is voor de journalistiekwetenschap en voor de professionele praktijk. Niet omdat dit een betere invalshoek is, maar omdat de vraag naar journalistieke kwaliteit vanuit het oogpunt van de gebruiker zowel in academisch opzicht als voor de journalistiek zelf nieuwe vragen oproept en andere dimensies in het spel brengt.

Mijn verhaal bestaat uit drie onderdelen.

1 In de eerste plaats zal ik verder uitweiden over de vraag waarom het zinvol is om de gebruiker serieus te nemen als invalshoek om naar journalistieke kwaliteit te kijken. De nieuwsgebruiker van nu is namelijk een heel ander personage dan de nieuwsgebruiker van dertig jaar geleden. De nieuwsgebruiker emancipeert en bepaalt zelf waarnaar zij kijkt en wat zij leest en stelt bovendien andere eisen aan nieuwsmedia. Ik zal laten zien dat tegemoet komen aan de wensen van de meer zelfbewuste journalistiekgebruiker vraagt om een uitbreiding van de democratische betekenis van kwaliteitsjournalistiek.

2 In het verlengde daarvan ga ik in op het veranderende media-gebruik van mensen – mensen nemen niet langer automatisch een krantenabonnement of kijken om acht uur naar het NOS Journaal. Andere nieuwsmedia (nieuwssites, twitter, etc.) – die ontstaan als gevolg van nieuwe technologische mogelijkheden – scheppen en spelen in op de veranderende nieuwsbehoefte van mensen. Mensen blijken vervolgens andere eisen te stellen aan journalistieke teksten. Aan de inhoud – een bredere selectie van onderwerpen bijvoorbeeld – maar ook aan de vorm. Om nieuws daadwerkelijk te gebruiken, is het onvoldoende als de journalistiek belangrijk en nuttig is. Mensen willen ook *plezier* beleven aan het nieuws. Ik zal laten zien dat deze veranderende behoefte aan kijk- en leesplezier vraagt om een herijking van de journalistieke waarden die in het geding zijn bij kwaliteitsjournalistiek.

3 Tenslotte zal ik aangeven tot welke onderzoeksvragen deze analyse leidt en hoe ik deze vraagstukken de komende tijd samen met collega's, studenten, journalisten en gebruikers wil onderzoeken.

## 1 De emancipatie van de nieuwsgebruiker

Heel lang dachten journalisten bij 'het' publiek aan een grijze mas-

sa, tuk op sensatie en oppervlakkig vertier. In 2005 beweerde een televisiemaker dat een 'groot' publiek willen bereiken gelijkstond aan kwaliteitsmoord.

De meeste mensen zijn slecht en dom... dus bedenken hoe je een zo groot mogelijk publiek kan bereiken, dat is totaal verkeerd. Dat is echt een totale verkeerde manier van denken.

'Het publiek' vereenzelvigen met 'slecht en dom' durven nog maar weinig journalisten. Toch zullen de meesten pleiten voor het in stand houden van een hiërarchie tussen journalisten en hun publiek. Zo verdedigen Werna Oosterbaan en Hans Wansink (2008:173), in hun lezenswaardige boek over de toekomst van de kwaliteitsjournalistiek, 'een paternalistische verhouding' tot hun publiek: 'het zelfbewust hanteren van het perspectief dat journalisten door hun kennis en training weten wat de belangrijkste ontwikkelingen in de samenleving zijn'.

Een dergelijke hiërarchie veronderstelt een communicatiemodel waarbinnen de journalist vooral als 'zender' fungeert en het publiek als 'ontvanger'. Dit verticale communicatiemodel doet echter weinig recht aan de veel complexere verhoudingen die de laatste decennia zijn ontstaan tussen professionals en 'leken' (McQuail, 2005) <sup>4</sup>.

Door de introductie van de afstandsbediening, de videorecorder, de DVD recorder, het TIVO-systeem, de EPG, de vervoeelvoudiging, digitalisering en convergentie van het media-aanbod *en* het steeds toegankelijker worden van audiovisuele apparatuur, zijn de mogelijkheden van mensen om zelf te bepalen waar ze naar willen kijken en wat ze wanneer en waar willen lezen sterk vergroot. Deze technologische ontwikkelingen faciliteren de "empowerment van het individu" (Boswijk e.a., 2005, p.45; Uricchio, 2004). De emancipatie van de nieuwsgebruiker betekent dat niet langer de omroep of de krant bepaalt wat het nieuws van de dag is, maar dat lezers en kijkers zelf bepalen welk nieuws ze op welk moment willen 'gebruiken'.

Voor omroepen heeft de emancipatie van de mediagebruiker tot gevolg dat het klassieke top-downpatroon, waarin publieke omroepen van oudsher hun publiek (willen) 'verheffen', wordt doorbro-

---

4 Deze ontwikkeling doet zich trouwens ook voor buiten de media. Patiënten, huurders en studenten ontwikkelen zich ook tot gelijkwaardige gesprekspartners van artsen, woningcorporaties en docenten.

ken. In plaats van de zender bepaalt het publiek waar het naar kijkt of luistert (Boswijk e.a., 2005). Als dat niet bevalt, zappen ze meedogenloos verder.

Zelfbewust nieuwsgebruik heeft niet alleen gevolgen voor audiovisuele media. Ook de krant is niet langer iets waar je (bij voorkeur je leven lang) 'lid van bent.' Illustratief is het leesgedrag van KRO presentatrice Anita Witzier (47), volgens eigen zeggen 'een beetje ouderwets, want ze googelt nooit en de PC is voor haar niet meer dan een snelle typemachine' (Volkskrant, 29 juli 2009).

Ik lees soms *nrc next*, soms *de Volkskrant*. Dat wisselt. Soms heb ik een abonnement, dan doe ik weer aan losse verkoop. Dan koop ik *Trouw* ook wel eens. Ik houd van afwisseling.

De krant, omroep of site die geen rekening houdt met de zelf kiezende nieuwsgebruiker, dreigt kijkers, lezers of luisteraars te verliezen. Zapgedrag en een selectiever lezersbestand zijn niet de enige uitingsvorm van een meer gelijkwaardige verhouding tussen journalisten en hun publiek. Ik zal hierna drie andere veranderingen bespreken in de relatie tussen nieuwsgebruiker en nieuwsmaker, die zowel afzonderlijk als in samenhang met elkaar grote consequenties hebben. Ze vragen namelijk om een uitbreiding van de democratische taakstelling van de journalistiek.

## 1.1 Journalisten verliezen hun kennismonopolie

Zoals gezegd, staat de vanzelfsprekende hiërarchie tussen journalisten en hun publiek ter discussie. Allereerst omdat goede journalisten weliswaar op de hoogte zijn van de grote lijnen en algemene ontwikkelingen van maatschappelijke vraagstukken, maar individuele 'burgers' altijd eerder en beter geïnformeerd zijn over deze kwesties dan de journalist zelf (Gillmor, 2004). Dat was 'vroeger' natuurlijk ook al het geval, maar de nieuwsgebruiker emancipeert en realiseert zich nu ook zelf dat zij over nuttige kennis beschikt en verwacht dat de journalist daar gebruik van maakt. Journalisten stellen zich echter terughoudend op en aarzelen om deskundige burgers te vertrouwen en het laatste woord te geven (Domingo et al. 2008; Hermida & Thurman, 2008; O'Sullivan & Heinonen, 2008). In de praktijk leidt dat ondermeer tot getouwtrek over de kwaliteit van de journalistieke tekst. De journalist heeft zijn verhaal vaak al klaar voordat hij met de deskundige heeft gesproken. Het verhaal van de deskundige past daar vervolgens niet goed in. Zij eist dan

meer ruimte of een meer correct gebruik van haar deskundigheid. De journalist dreigt vervolgens zijn greep op de tekst te verliezen en vreest een aantasting van zijn autonomie.

Onderzoek laat zien hoe journalisten bang zijn voor het ter discussie stellen van hun professionaliteit (Ryfe, 2009). Een afhoudende opstelling van journalisten kan onder deskundige burgers leiden tot minder vertrouwen in de pers. Karel (ingenieur, 64):

Als het niet klopt op de momenten waarop ik er verstand van heb, dan zal het verhaal ook wel niet kloppen op andere momenten.

Onderzoek naar de dynamiek tussen journalistieke autonomie en het beter en efficiënter participeren van experts in het journalistieke proces staat dan ook hoog op mijn onderzoeksagenda.

## **1.2 Het publiek is niet langer een domme, grijze massa**

Er bestaat nog een tweede reden voor journalisten om minder afstand te houden van het publiek. Juist als 'massa' weet het publiek meer dan die ene journalist, hoe goed geïnformeerd deze ook is (Leadbeater, 2008). Deze 'wisdom of the crowds' wordt nu zelden aangesproken. Een leidinggevend journalist van een nieuwssite:

Kijk, vroeger waren wij de meest deskundigen. Althans, misschien dat bij elkaar opgeteld de mensen meer deskundig waren, maar die mensen kwamen niet bij elkaar. En nu met internet (..) is het netwerk deskundiger dan de redactie ooit kan zijn. Dus je kan niet meer de arrogantie hebben van: wij weten wel wat goed voor je is of wij weten wel hoe de wereld in elkaar zit. Natuurlijk weten we dat wel een beetje, we hebben er wel een idee over, maar je moet proberen de deskundigheid van je publiek erbij in te zetten. (...) Dat is natuurlijk niet hetzelfde als de stukjes die de redactie schrijft, maar het is wel iets waar je publiek graag over vertelt en mee bezig is. Om de behoefte van het publiek om kennis te delen te faciliteren, maak je er dus op de site een laag omheen.

Gebruik maken van de deskundigheden van lezers en kijkers is tot nu toe van ondergeschikte betekenis in de alledaagse routines van journalisten (Patterson & Domingo, 2008). Dat hoeft geen onwil te zijn, maar kan te maken hebben met de onbekendheid van de mediaorganisatie met een dergelijke publieke inbreng.

Televisiemaker: "Ik heb het idee, nee, maar serieus, dat het op de

werkvloer toch best wel is neergedaald, dat idee hoor. Dat wij tussen onze kijkers staan, in plaats van... Maar je wil er toch niet aan denken dat je met veertig kijkers een uitzending aan het researchen bent?"

Het is dan ook belangrijk om meer onderzoek te doen naar alternatieve manieren waarop journalisten een beroep kunnen doen op de kennis van 'het grote publiek'.

### **1.3 Het publiek voelt zich te kort gedaan door de journalistiek**

Hadden de twee hiervoor genoemde redenen voor journalisten om zich te verdiepen in hun publiek te maken met het beter en effectiever participeren van burgers binnen het journalistieke proces, de derde reden voor journalisten om toenadering te zoeken tot gewone mensen is van een andere orde. Ze heeft te maken met de ontevredenheid onder bepaalde groepen mediagebruikers over de manier waarop zij wel of juist niet het nieuws halen. Er bestaat een groot aantal mensen dat hun eigen vraagstukken, opvattingen, ervaringen en perspectieven niet of gemankeerd terugziet in 'het' nieuws. Couldry e.a. (2007) suggereren dat het aantal mensen stijgt dat zich op dit moment te kort gedaan voelt in en door de journalistiek. Ze krijgen het gevoel dat hun nieuwsgebruik er niet langer toe doet (Couldry, 2007). Waarom zouden zij het journaal bekijken of de krant lezen als het nieuws aan hun eigen vraagstukken en perspectieven voorbijgaat? Net als eerder de zender Talpa overkwam, kunnen ze vervolgens besluiten tot een kijk- of leesstaking.

Recent onderzoek voor de zender AT5 bracht aan het licht dat mediagebruikers naast goede informatie ook andere eisen stellen aan de journalistiek (Costera Meijer, 2008). Ze verwachten van goede journalisten niet alleen dat zij recht doen aan de belangrijke gebeurtenissen die zich in de stad en in binnen- en buitenland afspeelen. Ze verlangen van media dat deze omgekeerd ook de essentie van hun eigen zorgen en -gezichtspunten weet over te brengen aan 'de wereld'. Kort gezegd, naast informatie over anderen verwachten ze van goede journalistiek ook een correctie representatie van zichzelf. Mensen willen de wereld begrijpen, maar ze willen ook dat de wereld hen begrijpt!

Ik zal een voorbeeld geven om het belang van deze derde democratische dimensie (naast informatie en het hiervoor besproken participatie) te illustreren. Dat doe ik aan de hand van de journalistieke

aandacht die er op dit moment bestaat voor Geert Wilders en zijn partij de PVV.<sup>5</sup>

Als we begin augustus 2009 in de databank Lexis Nexis de vraag invoeren in hoeveel artikelen van landelijke dagbladen aandacht wordt besteed aan 'Wilders', 'PVV' of 'Wilders AND PVV' (startdatum 1.1.2009), dan levert dat meer dan 3000 resultaten op. Hoeveel meer weten we niet, want het systeem kan niet meer dan 3000 hits aan. De zoekterm 'PVV-stemmer' levert in dezelfde periode 107 artikelen op. In slechts acht artikelen komt ook daadwerkelijk een PVV-stemmer aan het woord (Trouw, Volkskrant, Reformatorisch Dagblad, Parool)<sup>6</sup>. Conclusie, slechts in maximaal een kwart procent (0,24%) van de sinds 1 januari 2009 verschenen artikelen in landelijke dagbladen over de PVV of Wilders wordt recht gedaan aan de vraagstukken, ervaringen en perspectieven van PVV stemmers zelf. Deze kwart procent doet geen recht aan de wens van PVV stemmers en andere mediagebruikers om niet alleen op de hoogte te worden gehouden van de opinies van Geert Wilders zelf, maar om ook zichzelf respectievelijk zijn achterban gepresenteerd te zien.

## 1.4 Een verdrievoudiging van de democratische opdracht aan de journalistiek

De hierboven beschreven drie veranderingen in de relatie tussen journalistiek en hun publiek leiden samengenomen tot een verdrievoudiging van de democratische opdracht aan de journalistiek. In de eerste plaats moet de journalistiek als vanouds - daar is iedereen het over eens -door het bieden van goede informatie blijven fungeren als voorwaarde voor het goed functioneren van de democratie. Daarnaast wil het publiek actief of meer passief meedoen aan

---

5 Met dank aan mijn onderzoeksassistent Mark Merks voor het maken van de berekeningen.

6 De Volkskrant, HET VERVOLG, p.32-33, 21 februari 2009, door Janny Groen, Annemieke Kranenburg; Het Parool, Binnenland p.6/7, 16 mei 2009, door Addie Schulte en Eva de Vos; Het Parool, Binnenland, p.3, door Derk Walters (6 juni 2009); Reformatorisch Dagblad, Binnenland, p.3, 5 juni 2009, door Kees de Groot; 4 portretten van dagblad Trouw van PVV-stemmers door Nico de Fijter 13 juni 2009 (worden als 4 afzonderlijke artikelen gerekend) ; Vrij Nederland (Thijs Broer en Sophie Derkzen) is het enige opinieblad waar 1 keer in deze periode de PVV stemmer zelf aan het woord wordt gelaten

het journalistieke proces. Dat vraagt om een vorm van democratisering van journalistieke organisaties zelf. Hoe kunnen journalisten het hun gebruikers zo gemakkelijk mogelijk maken om nieuwe of aanvullende informatie te verschaffen (Drok, 2007; Nip, 2006)? De derde democratische opdracht betreft het zo goed mogelijk representeren van de situatie, de ervaringen, zorgen en vraagstukken van de gebruikers van nieuws (Costera Meijer, 2008, 2009). Dat verzoek van mediagebruikers lijkt te maken te hebben met het toenemende belang van media als maker en toetssteen van de werkelijkheid (van Ginneken, 1996; Weiman, 2000). Als jouw situatie niet of verkeerd in de media wordt getoond, gaan de meeste mensen er vanuit dat jouw situatie niet bestaat of dat deze voldoet aan de mediabeschrijving, tenzij mensen er in hun directe leven zelf mee geconfronteerd zijn

Het tegemoet komen aan de verlangens van de meer zelfbewuste journalistiekgebruiker vergt een uitbreiding van de democratische betekenis van kwaliteitsjournalistiek. Naast goede en onafhankelijke informatie vraagt de mediagebruiker om participatie en representatie in het nieuws. Hoe dit in de journalistieke praktijk gerealiseerd kan worden en welke consequenties deze democratiseringsprocessen hebben voor de productie en de inhoud van kwaliteitsjournalistiek is een fundamentele vraag waarmee ik me de komende jaren wil bezighouden.

## **2 De consequenties van veranderend nieuwsgebruik voor de kwaliteitswaarden van de journalistiek**

Het tweede deel van mijn oratie gaat over het veranderende mediagebruik zelf. Als kwaliteitsjournalistiek haar belofte wil waarmaken, dat wil zeggen, haar lezers, luisteraars en kijkers goed wil informeren over en betrekken bij de democratische samenleving, dan is de voorwaarde voor het goed kunnen vervullen van deze democratische functie eenvoudig gezegd dat kwaliteitsjournalistiek gelezen, beluisterd of bekeken wordt, liefst door zoveel mogelijk mensen. Het mediagebruik verandert echter. De kijk- luister en leescijfers van alle nieuwsmedia, behalve internet, gaan achteruit. Leef tijd blijkt een belangrijke voorspellende factor.

Uit een rapport van het Commissariaat voor de Media (2008, zie figuur 2) is op te maken dat mensen nog steeds grote waardering

hebben voor het nieuws, maar er steeds minder tijd aan besteden. In mijn eigen onderzoek verklaar ik dit uit het niet langer synchroon lopen van de definitie van journalistieke kwaliteit en de ervaring ervan: kwaliteitsjournalistiek roept geen kwaliteitservaring (meer) op (Costera Meijer, 2006).<sup>7</sup>

## Nieuwsgebruik

per mediumtype en leeftijdsgroep  
in minuten per dag

	tot 35 jaar	35-54 jaar	55 jaar en ouder	totaal
televisie	31,9	41,4	68,9	46,7
radio	12,5	13,7	20,0	15,3
dagbladen/e-papers	11,7	16,8	35,5	20,9
opiniebladen	0,5	0,9	3,4	1,5
internet/RSS feeds	8,9	6,6	5,2	6,9
teletekst	4,6	8,5	6,9	6,7
<b>totaal</b>	<b>70,1</b>	<b>87,9</b>	<b>139,8</b>	<b>98,0</b>

## Waardering voor nieuws en actualiteiten

per mediumtype en leeftijdsgroep  
op een schaal van 1 tot 10

1 = helemaal niet belangrijk, 10 = heel erg belangrijk

	tot 35 jaar	35-54 jaar	55 jaar en ouder	totaal
televisie	7,7	8,0	8,2	8,0
radio	6,1	6,1	6,3	6,2
dagbladen/e-papers	5,8	6,2	7,2	6,3
opiniebladen	3,2	3,3	3,3	3,3
internet/RSS feeds	6,1	5,3	3,8	5,2
teletekst	5,2	5,8	5,2	5,4

Bron: Commissariaat voor de Media (2008)

### Figuur 2

<sup>7</sup> Uit mijn onderzoek onder een divers samengestelde groep van 452 jong volwassenen (15-25) en 43 studenten van opleidingen journalistiek blijkt dat zij allemaal het maatschappelijk belang van kwaliteitsjournalistiek onderschrijven. Veel minder mensen vonden nieuws echter interessant of boeiend genoeg om er daadwerkelijk naar te kijken of het te lezen. Zelfs onder de 43 ondervraagde studenten journalistiek waren er maar twee die uit zichzelf interesse toonden voor het nieuws (Costera Meijer, 2006)



Arne (45, IT-specialist): Het is vaak zo'n ver van mijn bed-show. De onderwerpen die behandeld worden, zijn wel belangrijk, daar gaat het niet om. Maar ze lijken wel bewust het dagelijkse leven... of ja, hoe zeg je dat, het raakvlak met het publiek te ontwijken'.

Wober (in Leggatt, 1996:75-80) suggereert dat kwaliteitsjournalistiek en kwaliteitsprogrammering verstaend zijn tot exclusieve genres.<sup>8</sup> Genres met eigen regels en conventies, specifieke onderwerpen en bijbehorende waarden en benaderingen die verwijzen naar het genre 'kwaliteit', maar niet langer meer een kwaliteitservaring oproepen die noodzakelijk is om ze te gaan lezen of kijken.

Deze discrepantie tussen kwaliteit als genre en kwaliteit als ervaring roept de vraag op onder welke voorwaarden mensen (weer) bereid zijn om nieuws te gebruiken. Hoe zou kwaliteitsjournalistiek weer een kwaliteitservaring teweeg kunnen brengen?

## 2.1 Het plezier van kwaliteit.

### Nieuwe nieuwsgenres, nieuwe gebruiksvormen, nieuwe waarden?

Een verklaring voor de afstand tussen het genre en de ervaring van journalistieke kwaliteit biedt de rechtsfilosoof Joseph Raz (2003). Raz benadrukt de tijd- en situatiegebondenheid van kwaliteitswaarden en ontwikkelde een nuttige these over waardenpluralisme. Het ontstaan van culturele waarden stelt hij afhankelijk van het ontstaan van bepaalde ondersteunende sociale praktijken, maar de waarden zelf kunnen voortbestaan ook zonder deze ondersteunende praktijken. Zijn theorie verklaart waarom de huidige journalistieke maatstaven zich handhaven (onder professionals en onder het publiek) terwijl er sprake is van veranderend nieuwsgebruik. Goed voorbeeld is de naoorlogse ontzuiling van de journalistiek. De ont-

---

8 Hij vroeg aan 3000 kijkers welke programma's kwaliteit hadden. Hun antwoord is eensluidend: informatieve programma's kregen de hoogste score, gevolgd door drama en daarna licht amusement. Toen diezelfde groep kijkers echter gevraagd werd om één definitie te geven van 'kwaliteitstelevisie', verwees 27% naar 'entertaining' en 'enjoyable'. Verwijzingen naar 'informatief' en 'educatief' (12%) kwamen op de tweede plaats. Kennelijk maken kijkers onderscheid tussen 'kwaliteitsprogramma's' en 'kwaliteitstelevisie'. Het lijkt er dan ook op dat 'kwaliteit' beschouwd moet worden als een genrekenmerk van serieuze programma's, in plaats van als een neutrale evaluatieve dimensie die kijkers aanzet tot het kijken ervan.

koppeling van dagbladen van hun religieuze en sociale 'zuil' maakte het mogelijk dat in de jaren na 1980 in Nederland een nieuw type journalistiek ontstond. In plaats van de verplichting voor journalisten om het nieuws in een bepaalde ideologische kleur te brengen, passend bij de eigen richting, kwam er ruimte voor neutrale berichtgeving, gevoed door een objectiviteitsideaal met daaraan gekoppelde journalistieke normen en waarden, zoals evenwichtige berichtgeving en een afstandelijke en ongebonden houding en toon (Broersma, 2007; Wijffes, 2004). Ten opzichte van de periode voor 1980 (waarin journalisten deel uitmaakten van de politieke en religieuze gemeenschappen die ze bedienden) is afstand mogen houden van hun publiek en de bijbehorende 'objectieve' neutrale benadering van het nieuws een journalistieke verworvenheid.

Sinds de tweede helft van de jaren negentig verruimden de technologische mogelijkheden zich om informatie te verzamelen. Nieuwe journalistieke praktijken als weblogs, digital story telling, online journalistiek en participerende journalistiek leidden tot veranderend nieuwsgebruik en veranderende professionele routines (Blanken & Deuze, 2007; Bruns & Jacobs, 2006; Langelier & Peterson, 2004; Patterson & Domingo, 2008; Paulussen & Ugille, 2008; Tremayne, 2007). Mediagebruikers hebben bovendien door de komst van webtoepassingen als wiki's, podcasts, RSS-feeds, en populaire sites als Flickr, YouTube, MySpace, Last.fm, Facebook, Delicious, Digg, Wikipedia en Hyves geleerd op een andere manier met informatie om te gaan. Informatie checken, delen en uitwisselen vraagt van de nieuwsgebruiker een meer actieve 'gebruiksmodus' dan informatie simpelweg 'lezen' of 'kijken'. Sinds het ontstaan van deze nieuwe journalistieke praktijken en de bijbehorende nieuwe vormen van nieuwsgebruik is het de vraag of aloude kwaliteitswaarden als distantie en neutraliteit nog wel passen bij de nieuwe nieuwsservaringen.<sup>9</sup>

---

9 Dit betekent overigens niet dat er geen veranderingen of vernieuwingen plaatsvinden binnen de media of zelfs de kwaliteitsmedia. Er zijn genoeg voorbeelden van experimenten waarin én rekening wordt gehouden met publieksvoorkeuren én gespeeld wordt met vaststaande routines of kwaliteitsconventies (Holland Sport, Journaal op 3, De Canton site over de Amerikaanse presidentsverkiezingen van Eén Vandaag; NRC Next, Volkskrant- Trouw- en NRC bijlagen). In de praktijk blijken de experimenten (nog) niet te leiden tot aanpassing of innovatie van het professionele journalistieke waardestelsel zelf.

Blanken en Deuze (2007:215-233) beschreven eerder negen waarden die in de botsing tussen oude en nieuwe media zijn ontstaan: transparantie, betrokkenheid, dialoog, authenticiteit, creativiteit, betrouwbaarheid, verantwoording, flexibiliteit, professionaliteit. Om het tragische dilemma te doorbreken dat kwaliteitsjournalistiek erg belangrijk is, maar niet boeiend genoeg om te gebruiken, bepleit ik aansluitend daarop onderzoek naar de ervaring van deze professionele waarden. Welke betekenis krijgen ze in een gebruikerscontext? Betekenen waarden als 'transparantie', authenticiteit, 'dialoog', of 'betrokkenheid' voor de gebruikers wel hetzelfde als voor journalisten zelf? Welke ervaringen genereren ze en bij welke recent ontstane nieuwspraktijken passen ze?

## 2.2 Het genot van de nieuwsgebruiker

Theodore Glasser riep bijna tien jaar geleden op tot meer onderzoek naar 'het plezier van nieuwsgebruik'. Ons alledaagse nieuwsgebruik zou zich namelijk niet alleen laten verklaren uit rationale, utilitaire, extrinsieke en andere instrumentele motieven. Belangrijk is het begrijpen van de aantrekkingskracht van nieuws uit de lees- en kijkervaring zelf (Glasser, 2000). Uit eye-tracking studies als die van het Poynter instituut (2007) (die door het volgen van de oogbewegingen van mensen kunnen zien waar mensen belangstelling voor hebben) en uit de kijkersgrafieken van de Stichting Kijk Onderzoek (SKO) kunnen we precies afleiden welke kijk- en leesgewoontes mensen ontwikkelen, waar ze naar kijken, wat ze lezen, wanneer ze afhaken, en waar ze naar toegaan. Waarover we nog relatief weinig weten, is de kwaliteit van de nieuwservaring. Welk plezier beleven mensen aan nieuws? En omgekeerd, wat missen ze als het er niet is?

Glasser vat in navolging van Stephenson (1964, 1967) en Huizinga (1938) de journalistieke lees- en kijkervaring op als een communicatieve handeling, waarbij het element van spel en plezier ook een doel in zichzelf is.

This means coming to understand news, especially news *stories*, as a distinct and distinctively valuable opportunity for individuals to engage a very public world in a very private and personally satisfying way. And it means coming to appreciate this form of engagement as an act of discovery and affirmation, a fundamentally creative experience in which individuals contemplate, seriously and yet imaginatively, their circumstances vis-à-vis the circumstances of others (Glasser, 2000: 24-25).

Het onderscheidende karakter van 'plezierig' nieuws (Glasser gebruikt zelf het woord 'ludiek' nieuws) is dat het een fundamenteel creatieve ervaring is waarbij individuen serieus maar verbeeldingsvol hun eigen situatie confronteren met die van anderen. Kijk- en leeslust is volgens hem vooral gebonden aan de vorm waarin het nieuws dagelijks verschijnt, en veel minder aan de inhoud. Als voorbeeld geeft hij de, voor mij herkenbare, ervaring dat mensen erg van slag raken als de krant 's ochtends niet in de brievenbus of op de deurmat ligt. Dat is niet omdat we dan onbeslagen de werkdag tegemoet gaan. We missen evenmin de informatie of de grappige verhalen. Wat we missen als de krant niet verschijnt, is het gebruikersritueel zelf, de sereniteit ervan die eigenlijk helemaal niet past bij nieuws en journalistiek.

Nieuwe media hebben inmiddels een heel ander gebruikersritueel mogelijk gemaakt. Het moment van gemoedsrust bij het kranten lezen lijkt haaks te staan op het snel via internet even 'checken' van het nieuws (Commissariaat voor de Media, 2008; Costera Meijer, 2007; Lewis, Inthorn & Wahl-Jorgensen, 2005). Ook dat checken bevat een spelelement. Het is het gevoel voortdurend op de hoogte te zijn, on top of the world, en midden in het leven te staan. Beide genotservaringen laten zich niet eenvoudig vergelijken.

Op een tweede vormaspect wijzen Barnhurst en Mutz (1997). Zij suggereren dat gedurende de laatste decennia de vorm van het nieuws heeft ingeboet aan openheid en speelsheid. De openheid en creativiteit van de jaren zestig verdween geleidelijk uit de Amerikaanse journalistiek en maakte plaats voor de geslotenheid en objectieve berichtgeving van de jaren tachtig. Gemakkelijk te scannen, dat wel. Maar plezier en spel vragen, aldus de onderzoekers, nadrukkelijk om een open tekst, en vooral om de mogelijkheid tot speculeren over betekenissen van teksten en bedoelingen van nieuwsmakers. Deze uitnodiging tot speculatie zou vergelijkbaar zijn met de wijze waarop populaire programma's als Boer zoekt vrouw of Idols onze emotionele intelligentie uitdagen. Binnen het interactieve format van de spelshow worden kijkers aangemoedigd om te gissen naar het verloop van echte gebeurtenissen rondom echte mensen met echte emoties (vgl. Johnson, 2005: 99).

Als nieuws mensen tot begrip wil aanzetten en niet uitsluitend tot kennisvermeerdering, is een open verhaal cruciaal, aldus Glasser (2000:28).

[...] 'without narrative news loses its *expressive* power; and without the

power of expression news fails to engage readers as participants in the process of understanding.

Dit 'participatieve' element van de nieuwservaring wordt ook genoemd door de jongeren uit mijn nieuwservaringsonderzoek (Costera Meijer, 2006). Ria, 17 uit Purmerend, VMBO vertelt over haar ervaring van een aflevering van Premtime (NPS). Die aflevering, zo vertelt ze, liet via de beelden van een beveiligingscamera zien hoe Marokkaanse jongens een sportwinkel binnenliepen, overduidelijk niet om iets te kopen, maar meer om de tijd te doden.

R: ze waren niet eens binnen, of ze werden er al weer uitgestuurd. (..) Dus dan wil ik wel eens weten, van wat doen ze dan verkeerd. Dus dat zag je dan ook. Ze deden eigenlijk niets verkeerd. Ze waren gewoon een beetje aan het kijken en zo en toen werden ze eruit gestuurd. En hij [Prem Radakishun, de presentator icm] gaat er dan ook op in, ja maar waarom stuurt u ze d'r uit. Ja dat interesseert me toch wel! (..) Ja, dan wil ik eigenlijk toch wel weten, ja waarom ze dan worden geweigerd, is het dan omdat ze echt vervelend zijn, of omdat ze dan vooroordelen hebben, de mensen die ze dan weigeren? En ja in dat programma zie je dan waarom ze worden geweigerd.

Prem Radakishun maakt zowel de ervaringen van de zich vervelende Marokkaanse jongens als de zich ergerende winkelier voorstelbaar voor de kijkers, omdat hij beide gezichtspunten invoelbaar maakt en de kijkers zo de gelegenheid biedt om actief mee te leven.

Zowel de veranderende rituele betekenis van nieuwsgebruik als de impact van tekstuele kenmerken van nieuws zijn nog weinig onderzocht in de context van lees-, luister- en kijkplezier. Hoe kan nieuws waarheidsgetrouw blijven en toch gelegenheid bieden tot speculatie? Zijn de plezierige gemoedstoestanden die nu behoren bij de verschillende vormen van nieuwsgebruik op te roepen door het aanbieden van hetzelfde nieuws binnen hetzelfde medium, of sluiten ze elkaar uit? Dergelijke onderzoeksvragen maken deel uit van mijn onderzoeksprogramma.

## 2.3 Nieuwe kwaliteitswaarden voor nieuws

Als we de resultaten van het nieuwservaringonderzoek onder jonge mensen combineren met een onderzoek naar de kwaliteitsverwachtingen van de 'creatieve klasse', blijken hun smaken en voorkeuren als het gaat om het plezier van de journalistiek grote overeenkom-

sten te vertonen (Costera Meijer, 2006; 2009). Uit beide onderzoeken blijkt dat de journalistieke kwaliteitswaarden geen gelijke tred hebben gehouden met het ontstaan van nieuwe journalistieke praktijken. Zowel makers als gebruikers van nieuws uiten nog steeds hun waardering voor de conventionele journalistieke presentatievormen en hanteren bovendien vaak dezelfde woorden als de professionals bij het benoemen van kwaliteitsjournalistiek - informatief, diepgaarend, betrouwbaar, feitelijk, lengte, hoor- en wederhoor, aandacht, volledigheid, overzichtelijkheid, distantie, gezaghebbend. Niettemin geven andere mediakwaliteiten de doorslag om de krant ook daadwerkelijk te gaan lezen of het programma te bekijken. Als het op *nieuwsgebruik* aankomt, geven ze de voorkeur aan waarden als compact, gelaagd, spannend, herkenning en erkenning, aha-erlebnis, meerdere perspectieven, avontuurlijk (er moet iets te beleven zijn) en een goed verhaal, verteld van binnenuit.

Ik wil geen tv als een kinderboek met één lijn. Ik wil een boeiende roman met heel veel verhaallijnen, flashbacks, flashforwards, een ik-perspectief. Dan blijf ik hangen. En dat kan in dramaseries, maar juist óók in documentaires. (Auk, 59, docent)

Ze kunnen het nieuws verbeteren door er meer dialogen in te brengen, de partijen tegenover elkaar te zetten. (John, 20, Zuidafrikaans, WO).

Vooraf jongere nieuwsgebruikers verlangen van journalisten dat zij er bovenop zitten en er middenin springen. Dat verbinden zij niet automatisch met snelheid. Een scoop of een primeur betekent misschien een hoogtepunt voor de journalist, dat geldt in veel mindere mate voor hun lezers en kijkers. Uit Amerikaans onderzoek blijkt dat slechts iets meer dan een derde (35%) van de respondenten een snelle berichtgeving heel belangrijk vindt, tegenover bijna tweederde (59%) van de journalisten (Heider et al. 2005).

Het publiek stelt prijs op nieuws van binnenuit in plaats van reportages vanuit de positie van onbetrokken buitenstaander: kleine verhalen met oog voor het synoptische detail. Dat betekent geenszins dat de journalistiek haar onafhankelijkheid moet prijsgeven. In tegendeel. Daarin komt het Nederlandse publiek overeen met het Amerikaanse: 94% vond precisie en 84% achtte onbevooroordeelde berichtgeving buitengewoon belangrijk (Heider, et al. 2005). Maar net als in de VS vraagt de Nederlandse nieuwsgebruiker zich wel af waarom onafhankelijke berichtgeving per sé gepaard zou moeten gaan met een neutrale, koele opstelling als buitenstaander.

Dat wekt de indruk alsof makers weinig contact hebben met de samenleving. Onafhankelijkheid hoeft betrokkenheid toch niet uit te sluiten?

Albert (62, gepensioneerd): [Het] blijft het altijd zo op een afstand. Zo'n kille, afstandelijke voice-over en... Een beetje een laboratorium-sfeer waarin mensen... een soort van worden geobserveerd. Daardoor komt het te weinig tot échte gesprekken, gesprekken die bij je binnenkomen.

Kritisch en onafhankelijk blijven belangrijke elementen van journalistieke kwaliteit, maar volgens de nieuwsgebruiker laten deze eigenschappen zich uitstekend combineren met meer positief nieuws, een meer empathische, open en nieuwsgierige toonzetting en een journalistieke inzet waarin de journalist de nabijheid niet schuwt, maar wel aangeeft vanuit welke positie hij of zij het verhaal vertelt.

De vraag van verschillende publieksgroepen om meer direct aangesproken te worden door de journalistiek, blijkt ook consequenties te hebben voor de vormgeving ervan. Het publiek kan zijn aandacht niet altijd goed bij met name het televisienieuws houden. Uit verveling worden dan tegelijkertijd andere activiteiten ondernomen: email checken, de afwasmachine leeghalen, de krant door nemen. Verveling ontstaat volgens Johnson (2005) omdat de kijker veel meer informatie tegelijkertijd aankan dan altijd is aangenomen, maar dan wel in een gestapelde vorm. In plaats van diepgang - wat nogal eens wordt verward met lengte - prefereren mensen een gelaagde structuur. Voor televisie betekent dit een programma of een item met verschillende parallel lopende verhaallijnen:

Julia (24, student): Dan zit er (bij DWDD) een Marokkaanse kunstenaar, die schildert en die in het Cobra hangt. En die heeft ook een schilderij van Allah gemaakt en dat bevalt mensen niet. Dus daar vallen ze dan weer overheen. [...] Ja, dan gaat het ondertussen over zijn schilderijen, maar het gaat ondertussen ook over allochtonen en autochtonen, [...] Het gaat over de plaats van kunst in onze samenleving, het gaat over wat je als kunstenaar wel of niet mag zeggen. Het gaat daarmee over fatsoensnormen, over de grenzen daarvan. Het is dus wéér van die kleine onderwerpen, maar wel, waar wel héél erg veel in zit

In kranten verwijst 'gelaagde journalistiek' naar dezelfde kwaliteiten. Interessant is dat 'gelaagdheid' en 'openheid' niet samenvallen. Zo kan gelaagdheid in kranten ook gerealiseerd worden door de

verschillende verhaallijnen naast elkaar in zogenaamde ‘samen-gestelde producties’ overzichtelijk – en dus gesloten– aan te bieden ‘met een hoofdverhaal, een kader, een inzet, nog een inzet, een blokje, nog een kader, een lijstje, en een beeld dat kan bestaan uit een foto, een graphic, een tekening, of uit alle drie’ (de Wolff, 2005, p. 210). In een televisieverhaal kan het samen opgaan van beeld en tekst de gelaagdheid van de nieuwsboodschap ten goede komen, maar het aantal interpretatiemogelijkheden verminderen. Ook dat wordt als plezierig ervaren.

Interviewer: En waarom vind je het prettig om een beeld bij een verhaal te hebben?

Ria (VMBO, 17 jaar): Ja dan weet je gewoon waar het over gaat, vind ik. Ja dan heb je een verhaal en dan ga je zelf je eigen beeld doen, maar soms heb je dan een verkeerd beeld, dan denk je zo, maar dan is het heel anders dan. Daarom is het wel goed dat je de beelden erbij hebt!

Als onderzoeksgroep zullen we ons de komende tijd bezighouden met het traceren, analyseren en mogelijk zelfs ontwerpen van nieuwsgenres die in deze veranderende kijk- en leesbehoeftes voorzien.

### **3. Waardevolle journalistiek. Kwaliteit van leven als normatief ijkpunt voor nieuwsmedia?**

Terug naar de Libelle. Wat waardevolle journalistiek is, wordt in ieder geval door een jongere generatie niet langer uitsluitend gekoppeld aan specifieke kwaliteitskranten of het NOS Journaal. Vijftig jaar na mijn tante Trees, geeft Chantal, 4 havo, 18 jaar oud de voorkeur aan de Libelle boven een dagblad. Ze legt dit als volgt uit:

De Libelle is een blad waar veel verhalen in staan van mensen die iets ergs hebben meegemaakt. Ze vertellen hun verhaal. Dit is veel uitgebreider en gedetailleerder dan bijvoorbeeld in de krant. Alles wordt uitvoerig besproken. Je kunt je een veel beter beeld vormen.

Als journalistieke kwaliteit niet langer voorbehouden is aan bepaalde mediaproducten (kwaliteitskranten en nieuws van de publieke omroep) en zich niet langer laat vaststellen door een bepaalde benadering van het nieuws (objectief en met distantie), een bepaalde opmaak (overzichtelijk), teksteigenschap (gesloten) en een bepaalde selectie van onderwerpen (politiek, binnen- en buitenland, econo-



mie) hoe kunnen we dan op een zinvolle manier van mening blijven verschillen over de waarde van journalistiek?

Dit brengt me op het onderzoeksprogramma dat ik de komende jaren met uw hulp wil realiseren. Het is een onderzoeksprogramma dat de specifieke invalshoeken en expertises van de drie instellingen reflecteert die bij de oprichting van de leerstoel betrokken waren en nog steeds de organisatorische kaders vormen. De School of Media van de Christelijke Hogeschool Windesheim heeft samen met de afdeling Taal & Communicatie van de Letterenfaculteit en de afdeling Communicatiewetenschap van de FSW, de leerstoel mogelijk gemaakt. De affiniteit met communicatiewetenschap blijkt uit het centraal stellen van de democratische betekenis van kwaliteitsjournalistiek. Een betrokkenheid met Taal & Communicatie is merkbaar door het centraal stellen van genre als betekenisgevende categorie en de nadruk op het plezier van de journalistieke tekst. Dankzij de inbreng van de School of Media ligt de nadruk op fundamenteel toepasbaar journalistiekonderzoek.

De onderzoeksgroep bestaat uit onderzoekers betrokken bij de leerstoelgroep Journalistiek van de VU en de kenniskring Media & Civil Society van Hogeschool Windesheim waar ik als lector aan verbonden ben. De komende jaren zal de onderzoeksgroep zich onder mijn leiding bezig houden met twee grote vraagstukken. Enerzijds gaat het om de kwestie hoe nieuwsmedia als onafhankelijke instituties niet alleen een voorwaarde vormen voor een democratische samenleving, maar ook in hun nieuwsgaring en nieuwsrepresentatie representatiever en daarmee 'democratischer' kunnen worden. Anderzijds gaat het mij om de vraag hoe journalistiek meer voor mensen kan betekenen. In rituele zin (even het nieuws checken, het plezier van 's ochtends de krant en voor het slapen gaan nog even NOVA of Hart van Nederland), maar ook qua inhoud en vorm. Geboeid mogen luisteren, lezen en kijken is een nieuwsservaring waarvoor mensen zich graag open stellen.

### 3.1 Media & kwaliteit van leven

De resultaten van de onderzoeken die ik de laatste jaren heb geleid, wijzen naar het concept 'kwaliteit van leven' als algemene noemer om waardevolle journalistiek aan af te meten. Dat concept heeft in mijn onderzoeksprogramma de status van '*sensitizing concept*'. Kwaliteit van leven gebruiken als *sensitizing concept* wil zeggen, dat het zal worden ingezet als een richtinggevend begrip dat

ons als onderzoekers attendeert op en gevoelig maakt voor bepaalde empirische verschijnselen, in dit geval 'waardevolle journalistiek' (Bowen, 2006)<sup>10</sup>. Tot nu toe wordt de notie 'kwaliteit van leven' vooral gebruikt binnen een medische, economische, of zorgcontext (Nussbaum & Sen 1993). De wetenschappelijke kaders die de Amerikaanse econoom Amartya Sen (1985, 1993) en de Amerikaanse filosoof Martha Nussbaum (1993; 2000; 2001) aanreiken over *Quality of Life* vind ik echter zeer inspirerend als alternatief voor het traditionele kader waarmee journalistiek doorgaans de maat wordt genomen; burgerschap. De notie kwaliteit van leven geeft meer ruimte dan het politieke begrip burgerschap om een breder arsenaal van onderwerpen journalistiek serieus te nemen. Het richt bovendien vanzelfsprekend de aandacht op de gebruiker van nieuws. Zijn of haar leven dient immers verrijkt te worden. En 'kwaliteit van leven' laat zich veel gemakkelijker dan burgerschap betrekken op het plezier van mediagebruik. Tenslotte, en dat is voor mij als wetenschapper spannend en uitdagend, het betrekken van kwaliteit van leven op de journalistiek is nog niet eerder gebeurd. We zullen de eerste onderzoeksgroep zijn die ermee aan de slag gaat en dat maakt het project tot een unicum in de wetenschappelijke wereld en het beroepenveld.<sup>11</sup>

### 3.2 De onderzoeksvraagstukken

Als de bijdrage die journalistiek kan leveren aan de 'kwaliteit van leven' van mensen functioneert als normatief uitgangspunt voor waardevolle journalistiek, tot welke veranderingen zou dit dan kunnen leiden binnen het beroepenveld? In hoeverre zijn deze veranderingen gewenst? En wat zijn de gevolgen voor de professie, de inhoud van de journalistiek, de media waarin journalistiek ver-

---

10 In tegenstelling tot een 'definitief concept' dat precies voorschrijft en beschrijft wat er te zien valt, geeft een richting gevend concept een algemeen kader aan en suggesties om bepaalde empirische verschijnselen te benaderen (Blumer, 1969; Hammersley, 1989). Het voordeel van deze kwalitatieve benadering is dat de nadruk ligt op het leren begrijpen van bepaalde maatschappelijke verschijnselen. Juist bij nieuwe ontwikkelingen is dat een geëigende methode gebleken.

11 In de loop van 2010 zal bij Uitgeverij Bert Bakker en nieuw boek verschijnen met de voorlopige titel: *Media en kwaliteit van leven. Op zoek naar nieuwe mogelijkheden om te informeren, inspireren en verbinden.*

schijnt en de gebruikers? Welke nieuwe wetenschappelijke vragen maakt 'kwaliteit van leven' zichtbaar en welke nieuwe problemen roept het op? <sup>12</sup>

Onderzoek naar waardevolle journalistiek betekent het serieus nemen van een fundamenteel vraagstuk met grote maatschappelijke relevantie. Deze combinatie van fundamenteel en in de praktijk toepasbaar onderzoek komt voort uit de bijzondere samenstelling van de onderzoeksgroep. Een samenwerkingsverband tussen universiteit en hogeschool. In de onderzoeksgroep en de bijbehorende masteropleiding staat publieksgerichte journalistiek centraal. Dat houdt in dat de vraag hoe de journalistiek mensen beter kan informeren over belangrijke onderwerpen wordt beantwoord vanuit het gezichtspunt van de mediagebruikers. Wat belangrijk nieuws is en wat niet staat daarom niet op voorhand vast.

### 3.3 Journalistiek & democratie

De vraag hoe nieuwsmedia nog meer voor hun publiek kunnen betekenen, vergt onderzoek naar de manieren waarop zij als organisaties en in hun werkprocessen 'democratischer' en 'plezieriger' kunnen worden. Meer onderzoek is noodzakelijk naar de cultuurverandering die nodig is om professionele journalisten en programmamakers gevoeliger te maken voor het serieus nemen van de kennis en de vraagstukken van mensen die nu onvoldoende of eenzijdig in het nieuws aan bod komen.

Onderzoek doen naar waardevolle journalistiek betekent ook onderzoeken hoe mensen door nieuws meer betrokken kunnen raken op elkaar en de samenleving. Meer interactief gestructureerde en georganiseerde journalistieke genres zouden wellicht, ook qua vorm, beter passen bij een meer deliberatieve organisatie van de

---

12 Daarbij spreekt het vanzelf dat de vraag of 'kwaliteit van leven' ook bepaald nieuws uitsluit, wordt meegenomen. Als mensen beweren dat ze steeds minder uit gewoonte de krant lezen of het nieuws bekijken, en pas een abonnement nemen of een nieuwe kijkgewoonte ontwikkelen als het dagblad, de nieuwssite of de nieuwsrubriek iets toevoegt aan hun leven, wat betekent dit voor de alledaagse journalistieke praktijk? Maakt dit uit voor de selectie en presentatie van nieuws? Moeten nieuwsmakers afzien van 'saai', voorspelbaar maar wel belangrijk nieuws (opnieuw dodelijke slachtoffers na een bomaanslag in Afghanistan, Israel, Irak)? Of moeten andere narratieve formules worden ontwikkeld om belangrijk (maar weinig opzienbarend) nieuws toch efficiënt te communiceren aan burgers?

democratische samenleving.

Als 'kwaliteit van leven' ook voor professionals opgaat als motief om een dergelijke dienstverlenende instelling te ontwikkelen, dan is het zaak om te onderzoeken hoe participerende vormen van journalistiek kunnen bijdragen aan de kwaliteit van leven van de journalist zelf: Meer werkplezier? Nieuwe gezichtspunten? Inspiratie? Zinnvolle relaties met je publiek?

### 3.4 Journalistiek & plezier

Een vierde reeks vragen betreft de relatie tussen nieuwe journalistieke praktijken, nieuwe kwaliteitservaringen en nieuwe maatstaven voor excellente journalistiek. Ik heb laten zien dat de waarde van journalistieke formules zoals die op dit moment binnen nieuwe media ontstaan, niet goed kan worden ingeschat. Meer onderzoek naar de waarden die horen bij hedendaagse vormen van 'waardevolle journalistiek' zal nieuwe journalistieke kwaliteiten en nieuwe vormen van kijk- en leesplezier aan het licht brengen. Hoe kunnen nieuwsmedia samen met wetenschappers en gebruikers andere vertelvormen ontwikkelen, die beter tegemoet komen aan zowel 'snelle' als meer 'participatieve' vormen van nieuwsgebruik?

In de leerstoelgroep en kenniskring zullen meerdere onderzoekers ieder vanuit een eigen perspectief zich bezig houden met het traceren, analyseren, vormgeven en verdiepen van de nieuwe waardevolle journalistieke ijkpunten en -genres.<sup>13</sup> Door onderzoek te mogen bijdragen aan de verdrievoudiging van de 'democratische kwaliteit' van nieuws is een groot voorrecht, maar we mogen als onderzoekers niet vergeten dat waardevolle journalistiek pas samen met de elementen spel en plezier zorgen voor kwaliteit van leven.

---

13 De afzonderlijke onderzoeken worden toegelicht op de website van de onderzoeksgroep: <http://vu.mediaandcivilsociety.nl/> De financiering van deze onderzoeken hangt overigens mede af van geldelijke ondersteuning door het beroepenveld.

## Tot besluit

Dames en heren, ik ben aan het einde van mijn rede gekomen. Graag wil ik nu enige woorden van dank uitspreken.

Mijnheer de rector Magnificus,  
Geachte leden van het College van Bestuur,  
Geachte decaan van de faculteit,

Mijn oprechte dank voor het vertrouwen dat u in mij heeft gesteld door mij te benoemen tot de houder van de leerstoel Journalistiek. Het is een grote eer om als eerste deze leerstoel te mogen bezetten. Geachte collega's Huijskens, Spooren, Kleinnijenhuis, Drok, Onrust en van Hoof, beste Ben, Wilbert, Jan, Nico, Margreet en Anita.

Ik wil jullie als founding fathers en mothers bedanken voor het mogelijk maken van de leerstoel en jullie bijdragen aan mijn benoeming. Ook dank ik jullie voor de enorme inzet voor de ontwikkeling van Journalistiekwetenschap aan de Vrije Universiteit.

Voor mijn persoonlijke ontwikkeling als media- en journalistiekwetenschapper zijn een paar mensen van eminent belang geweest. Als inspirator is dat Joke Smit vanwege haar feministische intellectualiteit en haar schrijfstijl, als leermeesters dank ik Martine van Rappard, Mieke Aerts en mijn promotor Rosi Braidotti voor hun oorspronkelijkheid, feministisch engagement en academische scherpzinnigheid. Jan van Cuilenburg heeft mij als mentor het vertrouwen gegeven om op een ongebruikelijke manier de journalistiek te mogen bestuderen en de opgedane kennis te mogen delen met journalisten zelf.

In meer collectief verband heb ik veel te danken aan mijn collega's bij de afdelingen Vrouwenstudies, Communicatiewetenschap en Mediastudies van de Universiteit van Amsterdam. Vrouwenstudies voor het wetenschappelijk gezien tot het gaatje gaan, het ondenkbare proberen te denken, Communicatiewetenschap voor de verbreding en de toepassing van mijn kennis en Mediastudies voor de betrokkenheid op elkaar en de ongeëvenaarde collegialiteit. Met name José van Dijk, Frank van Vree, Maarten Reesink en Jobien Kuiper ben ik veel verschuldigd.

Zonder de tomeloze en loyale inzet van een groot aantal onderzoeksassistenten en medewerkers was ik niet gekomen waar ik nu sta. De rij wordt niet zonder reden geopend door Robert Adolfsson

met wie ik meer dan tien jaar productief, creatief en ook nog erg gezellig heb samengewerkt. Het dream team motto 'samen zijn, samen lachen, samen huilen' werd daarnaast gedragen door Lisette de Groot, Haydee Bolk, Myriam Hassani Idrissi, Hester Morssink, Lodewijk van Noort, Shamanee Kempadoo, Marjolein van Vossen, Christa Niekamp, Nikki Timmermans, Mark Merks en Jolien Arendsen. Ook de inzet van meer dan honderd studenten is van grote betekenis geweest voor het kwalitatief kunnen onderzoeken van de werking van media en journalistiek.

Ik mag mij zeer gelukkig prijzen met mijn huidige collega's bij de faculteit der Letteren in het bijzonder bij de afdeling Taal en Communicatie, bij de master Journalistiek en bij de Hogeschool Windesheim. Ik kan er slechts een paar noemen. Margreet Onrust, Wilbert Spooren, Gerard Steen, Mike Hannay, Nico Drok, Ben Huijskens, Anita van Hoof en José Sanders hebben mij niet alleen erg hartelijk in hun midden opgenomen, maar mij ook wegwijs gemaakt in de bijzondere en soms ondoorgroondelijke wegen van de VU en Windesheim. Ik bedankt ze bovendien voor hun bijdragen aan de vele teksten die ik ze voorlegde.

Bernadette van Dijck heeft zich ook het afgelopen jaar weer een steun en toeverlaat betoond. Altijd was zij bereid om per omgaande een kwestie of een versie van het één en ander van commentaar te voorzien en altijd kon ik dan weer lekker verder.

Tenslotte, Ik ben buitengewoon blij dat mijn vriendinnen, vrienden, familie en schoonfamilie in zulke grote getale aanwezig zijn bij deze feestelijke bijeenkomst. Jullie hebben me gesteund waar dat kon en het mij niet al te kwalijk genomen (in ieder geval niet hardop) als ik weer eens harder wilde werken dan gepast is in vriendschappelijk verband.

Rest mij het uitspreken van mijn intense dank aan mijn geliefde, Marien de Langen. Zonder jou zou ik hier nooit hebben gestaan en wij weten wel waarom.

*Ik heb gezegd.*



## Literatuur

- Bakker, Piet. & van Duijvenbode, Matthijs. (2007). Measuring Newspaper Innovations. *Ideas, the magazine of the International Newspaper Marketing Association*, May/June 2007, 10-13.
- Bakker, Piet. (2007). *Ruimte voor kwaliteit? Media en journalistiek op het digitale kruispunt*. Hogeschool Utrecht: Lectorale rede.
- Bardoel, Jo. (2000). *Publieke journalistiek in een private wereld. 'Advisor-in-residence'-advies naar de staatssecretaris van OCenW*. Den Haag: Ministerie van OCenW.
- Bardoel, Jo. & Knulst, W. (1994). Een beetje klasse kan geen kwaad. Beschouwingen bij tien jaar touwtrekken om de culturele taken van de omroep. In: Raaij, F. van., Schuijt, G., Stappers, J., Wieten, J., van Woerkum, C. & van der Linden, C. (Eds.). *Communicatie en informatie, een stand van zaken*, 236-265. Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Barnhurst, K. G. & Mutz, D. (1997). American journalism and the decline in event-centered reporting. *Journal of Communication*, 47, 27-53.
- Blanken, Henk. & Deuze, Mark. (2007). *PopUp. De botsing tussen oude en nieuwe media*. Amsterdam, Antwerpen: Atlas.
- Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Born, Georgina. (2004). *Uncertain Vision: Birt, Dyke and the Reinvention of the BBC*. London: Secker & Warburg.
- Born, G. & Prosser, T. (2001). Culture and Consumerism: Citizenship. Public Service Broadcasting and the BBC's Fair Trading Obligations. *The Modern Law Review*, 64, 657-687.
- Boswijk, A., Thijssen, J. P. T. & Peelen, E. (2005). *Een Nieuwe Kijk op de Experience Economy: Betekenisvolle Belevissen*. Pearson Education, Amsterdam.
- Bowen, Glenn A. (2006). Grounded Theory and Sensitizing Concepts. *International Journal of Qualitative Methods* 5 (3) September 2006, Article 2. Retrieved from: [http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/5\\_3/pdf/bowen.pdf](http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/5_3/pdf/bowen.pdf) (5-7-2009).
- Brants, K. & de Bens, E. (2000). The Status of TV Broadcasting in Europe. In: Wieten, J. Murdock, G. & Dahlgren, P. (Eds.). *Television across Europe*, 7-22. London: Sage.
- Broersma, M. (Eds.) (2007). *Form and Style in Journalism. European Newspapers and the Representation of News, 1880-2005* (Leuven, Paris and Dudley). Groningen Studies in Cultural Change, 26.
- Bruns, A., & Jacobs, J. (Eds.) (2006). *Uses of Blogs*. New York: Peter Lang.



- Commissariaat voor de Media (2008). *Mediaconcentratie in beeld. concentratie en pluriformiteit van de Nederlandse media 2007* Hilversum: september 2008.
- Corner, J. (1999). *Critical Ideas in Television Studies*. Oxford: Oxford University Press.
- Buijs, Kees. (2008). *Journalistieke kwaliteit in het crossmediale tijdperk*. Amsterdam: Boom.
- Costera Meijer, Irene. (2001). The public quality of popular journalism; Developing a normative framework. *Journalism Studies*, 2,189-205.
- Costera Meijer, Irene. (2003). What Is Quality Television News? A plea for extending the professional repertoire of newsmakers. *Journalism Studies*, 4, 15-29.
- Costera Meijer, Irene. (2006). *De toekomst van het nieuws*. Amsterdam: Otto Cramwinckel.
- Costera Meijer, Irene. (2007). Checking, Snacking and Bodysnatching. How Young People Use the News and Implications for Public Service Media Journalism. In: Lowe, G. F. & Bardoel, J. (Eds.) *From Public Service Broadcasting to Public Service Media*, 167-186. RIPE@2007, Göteborg: Nordicom.
- Costera Meijer, Irene. (2008), 'Ons eigen AT5'. Op zoek naar de maatschappelijke betekenis van AT5 als publieke omroep voor Amsterdam & Amsterdammers. Amsterdam: VU/UvA. Opdrachtgever: Directie en hoofdredactie AT5, Amsterdam, 17 april 2008, onderzoeksrapport, 99 pagina's.
- Costera Meijer, Irene. (2009). Quality Taste or Tasting Quality? A television audience in transition. In: Lowe, G. F. & Daschman, G. (Eds.) *The Public in Public Service Media*. Göteborg: Nordicom. *In press*.
- Costera Meijer, Irene. (2010). *Media en kwaliteit van leven. Op zoek naar nieuwe mogelijkheden om te informeren, inspireren en verbinden*. Amsterdam: Bert Bakker. In voorbereiding.
- Couldry, N., Livingstone, S. & Markham, T. (2007). *Media Consumption and Public Engagement. Beyond the Presumption of Attention*. Basingstoke: Palgrave, Macmillan.
- Couldry, Nick. (2007). Media and democracy: Some missing links. In: Downmunt, Tony, Dunford, Mark, van Hemert, Nicole. (Eds.) *Inclusion through media*, 254-264. Goldsmiths: University of London.
- Dahlgren, Peter. (1995). *Television and the public sphere. Citizenship, democracy and the media*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.
- Deuze, Mark. (2007). *Media Work in a Digital Age*. Cambridge: Polity Press.
- Domingo, D., Quandt, T., Heinonen, A., Paulussen, S., Singer, J. B., Vuinovic, M. (2008). *Participatory Journalism Practices in the Media*

- and Beyond: An International comparative study of initiatives in on-line newspapers. *Journalism Practice*, 2, 326-342.
- Drok, Nico. (2002). Civiele journalistiek. Het belang van de professie voor het publieke domein. In: Bardoel, Jo. (Eds.) *Journalistieke cultuur in Nederland*, 373-389. Amsterdam: Amsterdam University Press
- Drok, Nico. (2007). *De Toekomst van de journalistiek*. Amsterdam: Boom.
- Evers, H., van Hoof, A. M. J., Rennen, T., Ruß-Mohl, S., Stappers, J., & Wentink, T. (1996). *Krant en kwaliteit. Verkenningen rond de onderzoekbaarheid van journalistiek*. Houten/Diegem: Bohn Stafleu Van Loghum.
- Evers, Huub. (2007). *Over interculturaliteit en kwaliteit van de journalistiek*. Oratie 25 mei 2007. Fontys Hogeschool Journalistiek.
- Gillmor, Dan. (2004). *We the Media: Grassroots Journalism by the People for the People*. O'Reilly Inc.
- Van Ginneken, Jaap. (1996). *De schepping van de wereld in het nieuws' -De 101 vertekeningen die elk 1 procent verschil maken-*. Houten Bohn Stafleu Van Loghum.
- Glasser, T. L. (2000). The Politics of Public Journalism. *Journalism Studies*, 1, 683-686.
- Hammersley, M. (1989). *The dilemma of qualitative method: Herbert Blumer and the Chicago tradition*. London: Routledge.
- Heider, D., McCombs, M. and Poindexter, P. M. (2005). What the public expects of local news: views on public and traditional journalism. *Journalism & Mass Communication quarterly*, 82, 952-967.
- Hermida, A. & Thurman, N. (2008). A Clash of Cultures. The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites. *Journalism Practice*, 2, 343-356.
- Hoof, Anita M. J., van. (2000). *Kranten met karakter. Identiteit van kranten vanuit kwaliteitsperspectief*. Amsterdam: Thela Thesis.
- Huizinga, J. (1938). *Homo Ludens. Proeve eener bepaling van het spel-element der cultuur*. Haarlem: Tjeenk Willink.
- Ishikawa, Sakae. (Eds.) (1996). *Quality assessment in programming*. Luton: John Libbey Media.
- Johnson, S. (2005). *Everything bad is good for you; How popular culture is making us smarter*. Londen: Penguin Books.
- Kleinnijenhuis, J., Scholten, O., Atteveld, W., Van Hoof, A. M. J., Krouwel, A., Oegema, D., De Ridder, J. A., Ruigrok, P. C., & Takens, J. (2007). *Nederland vijfstromenland. De rol van media en stemwijzers bij de verkiezingen van 2006*. Amsterdam: Bert Bakker.
- Kustow, M. (2007). Prime-time piffle: 25 years of Channel 4. *Independent*, Sept. 5.

- Langellier, K. M., & Peterson, E. E. (2004). *Storytelling in daily life: Performing narrative*. Philadelphia: Temple University Press.
- Leadbeater, C. (2008). *We-Think. Mass innovation, not mass production*. London: Profile Books.
- Leggatt, T. (1996). Quality in Television: The Views from Professionals. In: Ishikawa, S. (Eds.) *Quality Assessment in Programming*, 145-168. Luton: John Libbey Media.
- Lewis, J., Inthorn, S. & Wahl-Jorgensen, K. (2005). *Citizens or Consumers: The Media and the Decline of Political Participation*. Buckingham: Open University Press.
- McQuail, D. (1994). *Mass Communication Theory: an introduction*. London: Thousand Oaks CA, Sage.
- McQuail, D. (2005). *Mcquail's Mass Communication Theory*. London etc., Sage.
- Nip, Joyce. (2006). Exploring the second phase of public journalism. *Journalism Studies*, 7, 212-236.
- Nussbaum, Martha. C. & Sen, Amartya. (Eds.) (1993). *The Quality of Life*. Oxford: Clarendon Press.
- Nussbaum, Martha C. (2000). *Women and Human Development. The capabilities Approach*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Nussbaum, Martha C. (2001). *Upheavals of Thought: The Intelligence of Emotion*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Oosterbaan, W. & Wansink, H. (2008). *De krant moet kiezen. De toekomst van de kwaliteitsjournalistiek*. Amsterdam: Prometheus.
- O'Sullivan, J. & Heinonen, A. (2008). Old values, New media: Journalism role perceptions in a changing world. *Journalism Practice*, 2, 357-371.
- Patterson, C. & Domingo, D. (2008). *Making Online news. The Ethnography of New Media Production*. New York: Peter Lang.
- Paulussen, Steve. & Ugille, Pieter. (2008). User generated content in the newsroom. Professional and organisational constraints on participatory journalism. *Westminster Papers on Culture and Communication (WPCC)*, 5, 24-41.
- Paxman, J. (2007). MacTaggart Lecture. *The Guardian*, Aug. 24.
- Poynter institute, the. Adam, P. S., Quinn, S. & Edmonds, R. (2007). *Eyetracking the news. A study of print and online reading*. Poynter: The Poynter Institute.
- Raz, J. (2003). *The practice of value*. Oxford: Oxford university Press.
- Rosengren, Karl Erik., Carlsson, Mats & Tågerud, Yael. (1996). Quality in programming: views from the North. In: Ishikawa, S. *Quality assessment in programming*, 3-48. Luton: John Libbey Media.

- Rosenstiel, Tom., Just, Marion., Belt Tod., Pertilla, Atiba., Dean, Walter. & Chinni, Dante. (2007). *We interrupt this newscast: How to improve local news and win ratings too*. New York: Cambridge University Press.
- Ryfe, D. M. (2009). Broader and deeper: A study of newsroom culture in a time of change. *Journalism*, 10, 197-216.
- Scheffel, J. H. (2008). *Prénatal "Moeder en Kind"* N.V.1955 – 1985. Lathen: Eigen beheer.
- Schröder, Kim. & Phillips, Louise. (2005). The Everyday Construction of Mediated Citizenship: People's Use and Experience of News Media in Denmark. In: Lowe, G. & Jauert, P. (Eds.) *Cultural dilemmas in Public service broadcasting*, 179-198. Gothenburg: Nordicom.
- Spooren, Wilbert. & Mulder, Gerben. (2008). *Negatief in het nieuws. De invloed van negatieve berichtgeving op het bedrijfsimago*. Paper, gepresenteerd op het Etnaal van de Communicatiewetenschap. Amsterdam, Febr. 2008
- Stichting Kijk Onderzoek (SKO). <http://www.kijkonderzoek.nl/>.
- Stephenson, W. (1964). The Ludenic Theory of Newsreading. *Journalism Quarterly*, 4, 367-374.
- Stephenson, W. (1967). *The Play Theory of Mass Communication*. Chicago: University of Chicago Press.
- Tremayne, M. (Eds.) (2007). *Blogging, citizenship, and the future of media*. London: Routledge.
- Uricchio, W. (2004). Television's Next Generation. In: Spigel, L. en Olsson, J. (Eds.) *Television After TV: Essays on a Medium in Transition*, 163-183. Durham: Duke University Press.
- Vasterman, Peter. (2004). *Mediahype*. Amsterdam: Aksant. Proefschrift.
- Vree, Frank, van. (2000). *De politiek van de openbaarheid: journalistiek en publieke sfeer*. Groningen: Historische Uitgeverij.
- Vree, Frank, van. & Prenger, Mirjam. (2004). *Schuivende grenzen. De vrijheid van de journalist in een veranderend medialandschap*. Amsterdam: NVJ/Prometheus.
- Weimann, Gabriel. (2000). *Communicating unreality. Modern Media and the Reconstruction of Reality*. Thousand Oaks, London: Sage.
- Wieten, J., Murdock, G. & Dahlgren, P. (Eds.) (2000). *Television across Europe: A Comparative Introduction*. London: SAGE.
- Wolff, Leon, de. (2005). *De krant was koning; Publiekgerichte journalistiek en de toekomst van de media*. Amsterdam: Bakker.
- Wijffes, Huub. (2004). *Journalistiek in Nederland. Beroep, cultuur en organisatie 1850-2000* Amsterdam: Boom.





Irene Costera Meijer is hoogleraar Journalistiek aan de Vrije Universiteit en Lector Media & Civil Society aan de Hogeschool Windesheim. Ze is gespecialiseerd in culturele, democratische en sociale aspecten van journalistiek & populaire cultuur in oude en nieuwe media en een veel gevraagd onderzoeker op dat terrein.

Haar onderzoeksinteresses liggen op het gebied van veranderend mediagebruik; media en het 'kwaliteitsvraagstuk' (democratisch burgerschap, kwaliteit van leven); mediaproductie en mediaorganisatie; nieuwe journalistieke genres (participerende journalistiek, internetjournalistiek, intieme journalistiek, urban journalism etc.).

Ze publiceerde tientallen wetenschappelijke artikelen over deze onderwerpen in binnen- en buitenland en een aantal boeken. Haar in 2006 verschenen boek *De toekomst van het nieuws* is in journalistieke kring enthousiast ontvangen. Daarnaast schreef ze *Talk / Show. Kwaliteit en ethiek van praatprogramma's* (2001) met Bernadette van Dijk; *Reality Soap! Big Brother en de opkomst van het multimediaconcept* (2000) met Maarten Reesink. Ze promoveerde in 1996 op de historische studie *Het persoonlijke wordt politiek. Feministische bewustwording in Nederland 1965-1980* en nam deel aan het schrijverscollectief De Harde Kern met het boek *Wel feministisch, niet geëmancipeerd. Feminisme als nieuwe uitdaging* (1991). Samen met Jan Willem Duyvendak en Marty PN van Kerkhof vormde ze de redactie van *Over normaal gesproken. Hedendaagse homopolitiek*.

Irene Costera Meijer neemt deel aan de onderzoeksgroep Language, Cognition and Communication van de Vrije Universiteit Amsterdam (Faculteit der Letteren), participeert binnen het interfacultaire Center for Advanced Media Research Amsterdam (CAMErA) en geeft leiding aan de interfacultaire onderzoeksgroep Media & Civil Society (Letteren/FSW/Windesheim).